美国媒体是这样“融”的

摘　要：在美国，不管是报纸、电台、电视、杂志还是网站，在媒体融合发展中，都非常注重时效性和新闻性。几乎每家媒体都强调内容为王；非常注重多渠道、多平台发布新闻；非常注重全媒体人才的培养；非常注重精耕细作深度报道；不遗余力打造全媒体中心。
关键词：内容；渠道；人才；深度；全媒体中心
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）05-056-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.05.014

■文 / 赵英淑

随着互联网的飞速发展以及新媒体的异军突起，如今越来越多的用户习惯上网、看微博、读微信获取新闻信息。无论是微博还是微信等，这些网络载体都愈来愈注重社交化，不再是单纯地由媒体本身向用户传递信息，而是处于其中的每一位用户都可以上传信息，形成互动平台。

在全球化传播语境下，世界范围内媒体融合发展已经是大势所趋。国外一些传统媒体围绕网络视频、社交媒体和互联网移动终端开展了媒体融合，初步形成了传统传播网络、互联网络和通信网三种传播渠道的链接和整合，从而为传统媒体重新拓展了未来发展新的空间和思路。

随中国新闻代表团访问美国媒体时发现，在美国，不管是报纸、电台、电视、杂志还是网站，在媒体融合中，都非常注重时效性和新闻性，几乎每家媒体，都强调内容为王；同时非常注重多渠道、多平台发布新闻；非常注重全媒体人才的培养；精耕细作深度报道；不遗余力打造全媒体中心。

1. 做真实、实时、与你有关的内容

美国有线电视新闻网（CNN）数码制片人告诉新闻代表团，不管是纸质媒体，还是新媒体，新闻最重要的还是要以内容为王，要调研考究受众真正喜欢看什么样的新闻。

当问到如何做到以内容为王，CNN 女主播说，任何突发的新闻，CNN 国际新闻网都会率先为受众作现场报导。凭借先进的技术，第一时间，现场会详尽地报导全球新闻的始末，令人仿如置身其中。

比如，在代表团访美期间，正值美国各党内初选时期，我们看到 CNN 派出的记者就到选举现场报道。

在 CNN，随处可见的新闻准则 real（真实）、live（实时）、relevant（与你有关）也是内容为王的写照。

2. 多渠道发布新闻

在新媒体的冲击下，CNN 也意识到网上传播具有速度快、可互动的特点。所以，同一个新闻，也会通过多种平台传播，有的在网上，有的在 Facebook（脸书），有的在 twitter(社交网站，类似我们的微博)，但是不管是网上，还是在 facebook、Twitter，虽然是同一个新闻，但其表达方式各有特点，不完全一样。

制片人解释说，由于现在是刷屏的时代，同一个新闻，非常有可能最先在 facebook 和 twitter 上看到，然后才会关注你的网站和节目。所以做好在社交网站发布新闻，显得尤为重要，也是争取更多受众的渠道。

在新媒体的浪潮下，就连最初只提供文字和图片新闻的美联社也向新媒体转型。开始多渠道发布新闻，采用视频直播新闻和快速在社交网上发布图文并茂的短新闻，以此建立互动。

在向新媒体转型的进程中，《华尔街日报》发布新闻的顺序是这样的，先用图文、视频的方式在社交平台上快速发布新闻，紧接着是网站，最后落地纸媒，他们认为这样的传播速度和传播效果，符合当下大多数人的新闻获取方式。

3. 培养复合型人才

在《华尔街日报》见识了复合型人才的培养。

当问到纸媒记者如何向全媒体记者转型时？《华尔街日报》的编辑告诉代表团，最有效的方式就是培训、自学与实战。请专业的培训师为纸媒记者讲如何应用照相机、摄像机，之后，让记者在规定的时间内，带着数码照相机、摄像机在街头拍摄采访。

《纽约时报》不遗余力地打造专家型记者，他们的记者队伍来自不同的领域。比如财经的记者就是来自美联储；战地记者则来自军队。高级编辑和记者解释说，这样的好处就是，遇到这方面的突发新闻，这些有专业背景的记者第一时间对新闻做出反应，就能进行报道和评说。

《纽约时报》高级编辑说，在新媒体的背景下，他们的目标是首先提高网上读者量，其次是改变商业模式，从广告收入转向订户收入，让在新媒体上的订阅更简单、更便捷、更易操作。

在数码读者大量增加的同时，要根据读者的兴趣，私人订制一些新闻阅读，增加一些高科技的报道手段，增加虚拟

体验，让读者在读新闻的时候有一种身临其境的感觉。

4. 精耕细作深度报道

在美国国家公共电台（NPR）访问时，深深地被其深度报道所震撼。据调查组高级编辑介绍，能做深度调查的记者，是整个采编队伍行列中的翘楚。在偌大的 NPR，也就只有四个调查记者，但调查组有 9 个人，其余 5 个都是辅助四个调查记者查资料、做后勤服务工作的。每个调查组记者一年做 2–3 个项目，每个项目可做多篇系列报道。系列报道先在社交网站如 Facebook、Twitter 和网上进行图片、声频预热，这样可以把更多的听众吸引过来。

调查组记者介绍，要想做好调查报道，先要贮备知识，对于拿不到的一手资料和数据，要多方迂回去拿，还要厚脸皮去采访更多的当事者。

据统计，NPR 的听众有 60% 以上的人受过大学教育，75% 属于中高等收入家庭。由于提供深入、透彻、公正的新闻报导，所以 NPR 在美国广播界处于主流地位。

5. 打造全媒体中心

《今日美国》全媒体运营中心的模式是，每天早上八点半开策划会，布置选题，哪些是社交网站上的，哪些是网上的，哪些是纸媒的，都定位好了。社交网站和网上的稿子，要求短频快，第一时间上网。

策划会的成员是各版的主编及网站、新媒体的负责人，也就是整个新闻发布渠道的负责人都要参与。当选题布置好后，记者分头去采访，完成报道。

当天下午两点的会议，则敲定纸媒各版的稿件。还是上午开策划会的原班人马，汇报稿子的情况，首先由一版的主编挑稿，以保证头版头条的质量。头版的主编介绍一版稿件挑选的标准，最重要的是新闻性和内容，读者感兴趣、想知道的就是头条。

当头版头条的稿件确定后，其余的稿子在根据栏目定位分配到各个版上。各版稿子确定后，传给美编进行排版，然后印刷。

在《今日美国》，传统媒体和新媒体互为补充，相得益彰地融合。在传统媒体的编辑中，完全可以植入新媒体的表现手法，比如图表、漫画等。而传统媒体的内容，更需要新媒体快速地传播出去。媒

（**作者单位：**科技日报社融媒体中心）

（上接第 53 页）

然，网飞公司更是棋高一着：《纸牌屋》的市场投放完全是 OTT，跳过电视台直接在网上播。就像是篮球的过顶传球，不需要中间传接球的人了，跳过电视台直接网络直销，此举对传统的电视而言非常可怕，也可能成为将来趋势，所以，传统电视要生存，内容为王是不二之选。

回到城市台的融合发展，媒体融合不仅是中央自上而下的战略部署，也是我们自下而上的发展需要，更是传统媒体转型为新型主流媒体，在内容生产、节目创优、求存图强的大势所趋。比如常州台经过新大楼的整体建设，以及最近几年的持续投入、变革自强、组织架构、运行机制、技术装备、产业拓展等方面都在积极变好，全媒体指挥平台建设和即将实现的全频道高清化，在全国几乎走在前列；其他一些新技术，如无人机、4K 超清、移动直播等也都有所应用，因此，媒体融合的技术装备可以支撑，目前提升融合传播质量的关键，在于内容和产品的生产理念迅速转型。否则，没有好的内容，尽管系统建了、设备买了，也用不起来，因为传统的内容生产可能不需要这些。没有好的内容，机构改革了，体制调整了，或者这里合了，那里分了，具体运作的人也许还是认为怎么改都不太顺。

事实上，《人民的名义》其制作并没有多少所谓的大投入、大制作，相反，很多都是室内的人物对白，拍摄技术上，可能也远远谈不上高科技；所有的关联方，从编剧到拍摄，到播出，到网络互动，三微一端，原先都是松散的，但最后都因为这一题材，贴近中央高压反腐这一社会现实而聚合。

所以，当务之急，依然还是要致力打造优质内容产品，以加快内容产品的“供给侧”改革，带动融合传播的质量提升。内容采编上整合各类媒体的内容资源，集成党务政务、民生热点、文化休闲、生活服务等信源，生产满足受众需求、受众关注的内容产品，既要深度挖下去，又要横向串起来，实现从单一内容的提供，向综合信息服务的转变；一条简单消息、一次常规会议，都可以立体化呈现其台前幕后、方方面面、线上线下，同一时间互动策划大文章，这样的内容产品，观众一定会喜闻乐见。《人民的名义》中，关于主人公与演员，比如李达康、祁同伟等，这些演员的前世今生、事业发展、家庭生活等，在网上第一时间深度挖掘、纵横交错全面呈现，全方位引导受众对这部剧的关注度，掀起了一波又一波收视热潮。

内容上下功夫，传播上火起来，作为新闻从业人员，内容为王更应深入基层，真正感悟民众需求，多策划、生产有温度、有品质的内容，传播“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的内容产品，使公众爱听、爱看、爱传，能够对优秀作品入景、入情、入心，把一部部优秀作品、一档档精品栏目，打造成一个个媒体融合平台，像《人民的名义》那样取得最佳传播效果。媒

（**作者单位：**常州广播电视台）